

# Gaziantep Hayvanat Bahçesi Ziyaretçilerinin Memnuniyet Düzeylerinin Önem-Performans Analiziyle Ölçülmesi <sup>1</sup>

## To Evaluate The Satisfaction Levels of The Visitors of Gaziantep Zoo With Importance-Performance Analysis

Metin SÜRME\*  
İbrahim H. SEYREK\*\*

### Öz

Bu çalışmanın amacı, Gaziantep hayvanat bahçesine gelen ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin önem-performans analizi kullanılarak ölçülmesidir. Gaziantep hayvanat bahçesini ziyaret eden 403 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, genel olarak performans puanlarının önem puanlarının altında olduğu görülmüştür. Ancak sağlanan kolaylıklar boyutu için performans puanlarının önem puanlarından yüksek olduğu görülmüştür. Gaziantep hayvanat bahçesinin çeşitli özelliklerine ziyaretçilerin verdikleri önem ve algıladıkları performans düzeyleri farklıdır. Ziyaretçiler tarafından belirlenen en önemli özellik doğallaştırılmış muhafaza alanlarıdır. Buradan hareketle ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamında muhafaza edilmelerini istedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, yaş ve cinsiyet değişkenine göre önem puanlarının farklılık gösterdiği ancak performans puanlarının farklılık göstermediği görülmüştür. Araştırmada elde edilen sonuçlar, ziyaretçilerin memnuniyetini artırmak için alınması gereken kararlarda hayvanat bahçesi yöneticilerini yol gösterici olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Hayvanat bahçesi, Önem-Performans analizi, Müşteri memnuniyeti, Gaziantep.

### Abstract

The aim of this study is to evaluate the satisfaction levels of the visitors of Gaziantep zoo using importance-performance analysis. A questionnaire was applied to a sample of 403 visitors of Gaziantep zoo. It is found that performance scores are below the importance scores for all the dimensions analyzed except the amenities dimension for which performance scores are higher compared to importance scores. There are gaps between the importance and performance scores of zoo attributes. The most important attribute for visitors is the naturalized enclosure for animals. Hence, it is concluded that visitors want the animals to be kept in their natural environment. Moreover, it is found that importance scores differ based on the gender and age of the visitors whereas performance scores do not. The findings may guide zoo managers in making decisions to increase the satisfaction levels of visitors.

**Key words:** Zoo, Importance-Performance analysis, Customer satisfaction, Gaziantep

### Giriş

Son yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmeler ve çalışma saatlerinin azalması sonucunda boş zamanları değerlendirme etkinlikleri daha fazla önem kazanmıştır (Can, 2015, s. 1). Bu etkinliklerin başında doğal yaşamı koruma alanları ile hayvanat bahçeleri ziyaretleri gelmektedir (Yılmaz ve Özbilen, 2011, s.47). Hayvanat bahçeleri, sadece ziyaretçileri eğlendirmemekte, aynı zamanda psikolojik rahatlıkta sunmaktadır (Karanikola vd., 2014, s. 81). Ayrıca, hayvanat bahçeleri biyoçeşitliliğin değerlendirilmesi ve sorumluluk bilincinin geliştirilmesi yoluyla çevre eğitimi için de önem taşımaktadır (Lee, 2015, s. 251).

Hayvanat bahçesi ziyaretçilerini cezbetmek ve beklentilerini karşılamak için modern hayvanat bahçeleri eğlenceli ve eğitici olmalıdır (Karanikola vd., 2014, s. 81). Ancak çoğu hayvanat bahçesi, bütçelerinin yetersiz olmasından dolayı ziyaretçilerin beklentilerini karşılamakta zorlanmaktadır (Lee, 2015, s. 252). Bu sebeple hayvanat bahçesi ziyaretçilerinin beklentilerini anlamak yapılacak iyileştirmeleri tespit etmek için önem taşımaktadır. İlgili literatüre bakıldığında bu konunun yeterince ele alınmadığı görülmektedir. Dolayısıyla, bu araştırma ile ilgili literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

<sup>1</sup> Bu çalışma 14-15 Nisan 2017 tarihlerinde gerçekleştirilen VI. Ulusal II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu'nda sunulmuş ve revize edilerek makale formatına dönüştürülmüştür.

\* Öğr. Gör., Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik MYO, [metinsurme@gantep.edu.tr](mailto:metinsurme@gantep.edu.tr).

\*\* Prof. Dr., Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, [ihseyrek@kilis.edu.tr](mailto:ihseyrek@kilis.edu.tr).

Eğlence hayvanat bahçelerinin birincil rolü olarak algılanmasına rağmen, çoğu modern hayvanat bahçesi çevreyi korumayla ilgili uygulamaları da benimsemeye başlamıştır. Böylelikle hayvanat bahçeleri çevre ve doğanın korunmasına yönelik katkı sağlamaktadır (Puan ve Zakaria, 2007). Konuyla ilgili gerçekleştirilen araştırmalar (Swanagan, 2000; Davey, 2007) hayvanat bahçelerinde tutulan hayvanlar hakkında ziyaretçilerin daha olumlu düşünceler geliştirdiği ve hayvanları koruma konusundaki çabaları desteklediklerini göstermiştir. Modern hayvanat bahçelerinin misyonları arasında araştırma, eğitim ve rekreasyon faaliyetleri yer almaktadır. Ancak maddi sıkıntılarla karşı karşıya kalan hayvanat bahçeleri rekreasyon faaliyetlerine öncelik vermektedir. Bu noktada hayvanat bahçelerinin büyümeyi ve gelişimi sağlayabilmesi için daha fazla ziyaretçi çekmesi gerekmektedir. Bunun için müşterilerin nelere önem verdiğinin ve ziyaretlerden ne ölçüde memnun olduklarının tespit edilmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada, önem-performans analizi kullanarak Gaziantep hayvanat bahçesi ziyaretçilerinin memnuniyet düzeyleri araştırılmıştır.

### Kuramsal Çerçeve

Hayvanat bahçeleri, geçmişte olduğu gibi, bugün de insanlar tarafından ilgi çekmektedir. Hayvanat bahçeleri için en yaygın gelir kaynağı geleneksel olarak ödeme yapan ziyaretçiler olmuştur (Turley, 1999; Davey, 2007; Hosey, 2008). Bu nedenle hayvanat bahçeleri ziyaretçilerin memnuniyetinin ölçülmesi ve taleplerinin belirlenmesi önem taşımaktadır.

Yapılan araştırmalarda bu konu farklı açılardan ele alınmıştır. Bu bağlamda, bazı çalışmaların ziyaretçi motivasyonu ile ilgili olduğu görülmektedir (Morgan ve Hodgkinson, 1999; Fraser ve Sickler, 2009; Packer vd., 2014). Fraser ve Sickler (2009) ise hayvanat bahçelerinin koruma misyonundan ödün vermeksizin toplumun ihtiyacına göre düzenlenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Davey (2006), Falk vd. (2007) ile Fernandez vd. (2009) çalışmalarında ziyaretçi davranışlarına odaklanmışlardır.

Ziyaretçi memnuniyeti konusunda yapılan araştırmalarda ele alınan hususlardan birisi hayvanların refahıdır. Fernandez vd. (2009)'ne göre ziyaretçiler, hayvanların doğal davranışlarını öğrenmekten ve gözlemlemekten hoşlanmaktadır. Falk vd., (2007), hayvanat bahçeleri ve akvaryumlara gitmenin, yetişkin ziyaretçilerin koruma tutumları ve anlayışı üzerinde etkisi olduğunu belirtmektedirler.

Ziyaretçi memnuniyetini etkileyen bir diğer görüş ise (Finlay vd., 1988; Shettel-Neuber, 1988; Davey, 2007). Shettel-Neuber, (1988)'e göre yeni olan sergiler ziyaretçilerin daha fazla dikkatini çekmektedir. Ryan ve Saward (2004), Yeni Zelanda'daki Hamilton hayvanat bahçesinde gerçekleştirdikleri araştırmalarında hayvanların görüntülenmesinin ziyaretçiler için en önemli özellik olduğunu keşfetmişlerdir. Reade ve Waran (1996), ziyaretçilerin görsel mesajlardan etkilendiği sonucunu ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde, Luebke ve Matiasek (2013) doğal gösterimlerin ziyaretçilerin deneyimini güçlendirdiğini tespit etmişlerdir. Bu nedenle, Luebke ve Matiasek, (2013) hayvanat bahçelerinin sergileme ve planlamada hayvanların görünürlüğüne ve hayvan davranışlarına odaklanması gerektiğini ileri sürmektedir.

Konu ile gerçekleştirilen diğer araştırmalar ise hayvanat bahçesinin fiziksel özellikleri ve hizmet kalitesi üzerine yoğunlaşmıştır (Karanikola vd., 2014; Lee, 2015). Carr (2016), ziyaretçilerin hangi hayvanları tercih ettiğine yönelik bir araştırma gerçekleştirmiş ve bu araştırma sonucunda memelilerin hayvanat bahçelerinin gözde hayvanları olduğu ve sürüngenlerin ve kuşların ise en sevilmeyen hayvanlar olduklarını bulmuştur. Diğer taraftan Musa vd. (2015), kuş seslerinin, ziyaretçileri memnun ettiği sonucunu ortaya koymuştur. Bununla beraber ziyaretçilerin, hayvanat bahçesinde düzenlenen bir etkinlikten gelen yüksek

sesli müzik ve gürültü ile hayvan dışkısından kaynaklı hoş olmayan kokulardan rahatsız oldukları görülmüştür.

Ulaşılabilirlik ve fiyat da araştırmacıların ziyaretçi memnuniyeti bağlamında ele aldıkları unsurlar arasındadır. Musa vd., (2015), gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda ziyaretçilerin bilet, harita ve yiyecek-içecek fiyatından şikayetçi olduğunu ortaya koymuşlardır. Diğer taraftan aynı araştırmada iyi tasarlanmış düzenin ziyaretçileri kaybolmadan rahat bir şekilde dolaşmalarını sağladığı tespit edilmiştir.

Gerçekleştirilen çalışmalar ziyaretçiler hakkında değerli bilgiler sağlamış olsa da, hayvanat bahçesi ziyaretçilerinin memnuniyetine yönelik daha fazla bilgi, sadece hayvanat bahçesi endüstrisinin pazarlama ve yönetiminin etkililiğini artırmak için değil aynı zamanda koruma ve eğitim merkezleri olarak hayvanat bahçelerinin rolünü artırmak için de gereklidir. Bu bağlamda gerçekleştirilen bu araştırma hayvanat bahçelerinin yönetimini iyileştirmek için stratejiler oluşturmada temel bilgiler sağlayabilir. Bununla beraber çalışmadan elde edilen bulguların, hizmet kalitesini artırmak ve böylece gelecekteki ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini arttırmak için yararlı olabileceği düşünülmektedir.

### Önem ve Performans Analizi

Önem-Performans Analizi (ÖPA) turizm araştırmacıları tarafından yoğun ilgi görmüş ve birçok çalışmada kullanılmıştır (Albayrak ve Caber, 2011; Cengiz ve Kantarcı, 2013; Albayrak, 2014; Tekin, vd. 2014). Martilla ve James (1977) tarafından ortaya konulan (ÖPA) güçlü ve zayıf yönlerin belirlenmesi ve geliştirilmesi gereken unsurların tespit edilmesine imkân sağlayan analiz tekniğidir.

ÖPA ile ilgilenilen özelliğe atfedilen önem düzeyi ile bu özellikten duyulan memnuniyet düzeyi arasındaki uyumsuzluğu gösteren bir matris oluşturulur. ÖPA matrisinde yer alan hücrelere ilişkin açıklamalar Tablo 1.'de gösterilmiştir (Albayrak ve Caber, 2011; Cengiz ve Kantarcı, 2013).

- **Hücre 1- Korunması gerekenler:** Bu hücrede yer alan özellikler hem performansı hem de önemi yüksek olan özellikleri temsil etmektedir.
- **Hücre 2 - Yoğunlaşılması gerekenler:** Bu hücrede yer alan özellikler önemli görülmekle beraber, performansı düşüktür. Yöneticilerin yapması gereken bu hücreye düşen ürün özelliklerinin performansını arttırmak için çaba göstermektir.
- **Hücre 3 - Düşük öncelikliler:** Bu hücrede yer alan özellikler önemli görülmemekte ve mevcut performansı da düşük olarak algılanmaktadır.
- **Hücre 4 - Olası aşırılıklar:** Bu hücrede yer alan özelliklerin önemi düşük iken performansı yüksektir. Bu yüzden yönetimin/işletmenin bu hücredeki özelliklere gereğinden fazla kaynak aktardığı söylenebilir.

**Tablo 1:** Önem performans (ÖPA) Matrisi

	<b>Düşük Performans</b>	<b>Yüksek performans</b>
<b>Yüksek Önem</b>	Yoğunlaşılması Gerekenler Hücre 1	Korunması Gerekenler Hücre 2
<b>Düşük Önem</b>	Düşük Öncelikler Hücre 3	Olası Aşırılıklar Hücre 4

### Araştırmanın Yöntemi

Gaziantep hayvanat bahçesi özelliklerinin önem-performans düzeyini değerlendirmek amacıyla Gaziantep hayvanat bahçesini ziyaret eden kişilere anket uygulanmıştır. Anket soruları oluşturulurken Lee'nin (2015) çalışmasında kullanılan soru ve ölçeklerden yararlanılmıştır. Anket soruları üç bölümden oluşmaktadır. Buna göre ilk bölümde, önemsiz

(1) ile çok önemli (5) arasında değişen beş puanlık bir Likert ölçeği kullanılarak, ziyaretçilerin her spesifik özelliği ne ölçüde önemli bulduklarını ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Benzer şekilde, performans ölçeği, ziyaretçilerin, en iyi performans (5) ile en kötü performans (1) seçeneklerini işaretleyecekleri sorulardan oluşmaktadır. Son bölümde ise yaş, eğitim, meslek gibi ziyaretçi profilini ortaya koymaya tanımaya yönelik sorular yer almaktadır. Çalışma kapsamında toplanan veriler kolayda örnekleme yöntemi ile tespit edilen toplam 403 ziyaretçiden yüz yüze görüşme yöntemi ile elde edilmiştir.

Gerçekleştirilen bu çalışma, Türkiye'nin en büyük, Avrupa'nın ikinci, dünyanın ise ilk dört hayvanat bahçesinden birisi olan Gaziantep hayvanat bahçesinde gerçekleştirilmiştir. Gaziantep hayvanat bahçesine ait bazı bilgiler Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2:** Gaziantep hayvanat bahçesi'nin özellikleri

<b>Yer</b>	Gaziantep
<b>Boyut</b>	1000 m <sup>2</sup>
<b>Açıldığı yıl</b>	2001
<b>2016 yılı ziyaretçi sayısı</b>	3.000.000
<b>Tür sayısı</b>	325
<b>Toplam hayvan sayısı</b>	7100
<b>Giriş ücreti öğrenci/sivil</b>	3TL/5TL

**Kaynak:** <http://www.gaziantepzoo.org> (Erişim tarihi: 06.02.2017).

Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki hipotezler test edilecektir.

**H<sub>1</sub>:** Hayvanat bahçesi özelliklerinin önem ve performans puanları arasında farklılık vardır.

**H<sub>2</sub>:** Önem puanları cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>3</sub>:** Performans puanları cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>4</sub>:** Önem puanları yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>5</sub>:** Performans puanları yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir.

### Bulgular

Çalışmanın bu başlığında araştırmada elde edilen bulgular gösterilmiştir. Buna göre Tablo 3'de Katılımcılara İlişkin Tanıtıcı Bilgiler gösterilmiştir.

**Tablo 3:** Katılımcılara ilişkin tanıtıcı bilgiler

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Aylık Gelir	Frekans	Yüzde
Erkek	173	42,9	1000 TL'den az	69	17,1
Kız	230	57,1	1000-1999 TL arası	185	45,9
<b>TOPLAM</b>	<b>403</b>	<b>100,0</b>	2000-2999 TL arası	51	21,7
Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde	3000-3999 TL arası	40	9,9
İlköğretim	55	13,6	4000-4999 TL arası	35	8,7
Lise	118	29,3	5000 TL ve üzeri	23	5,7
Önlisans	107	26,6	<b>Toplam</b>	<b>403</b>	<b>100,0</b>
Lisans	98	24,3			
Lisansüstü	25	6,2			
<b>Toplam</b>	<b>403</b>	<b>100,0</b>			

Araştırmaya katılan 403 ziyaretçiden 173'ü (%42,9) erkek, 230'u (%57,1) ise kadındır. Ziyaretçilerin 55'i (%13,6) ilköğretim, 118'i (%29,3) lise, 107'si (%26,6) önlisans, 98'i (%24,3) lisans ve 25'i (%6,2) ise lisansüstü mezundur. Aylık gelir düzeyi sorulan ziyaretçilerden 69'u (%17,1) aylık gelirinin 1000 TL'den az olduğunu ifade etmiştir. Diğer yandan 185 ziyaretçi (%45,9) aylık gelirinin 1000-1999 TL arasında olduğunu ifade ederken, 51'i (%21,7) aylık gelirinin 2000-2999 TL arasında olduğunu, 40'ı (%9,9) aylık gelirinin

3000-3999 TL arasında olduğunu, 35'i (%8,8) 4000-4999 TL arası olduğunu ve 23'ü (%5,7) ise aylık gelirinin 5000 TL'den fazla olduğunu belirtmiştir. Ziyaretçilerin 254'ü (%63) evli, 149'u ise (%37) bekârdır.

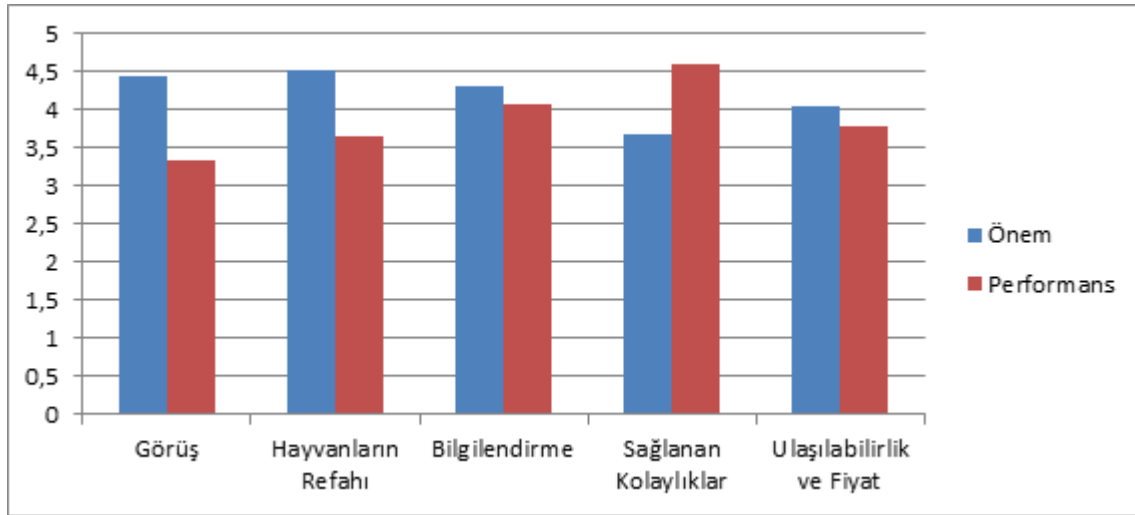
### Faktör Analizi

Araştırma hipotezlerini test etmeden önce farklı kavramları ölçmek için kullanılan sorular üzerinde keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda de birden çok faktöre yüklendiği görülen 3 madde (10. 16. ve 22. sorular) ölçekten çıkarılmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğunu görmek amacıyla Bartlett küresellik testi yapılmış ve KMO değeri hesap edilmiştir. Sonuçta Bartlett testi anlamlı çıkmış ( $Ki\text{-Kare}=2587,791$ ,  $sd=190$ ,  $p=0,000$ ) ve KMO değeri ise 0,789 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar verilerin faktör analizi için uygun olduğunu ortaya koymuştur. Bunun üzerine faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz yöntemi olarak Temel Bileşenler Analizi yöntemi kullanılmış ve faktör sayısını belirlemede ise hesaplanan özdeğerin 1'den büyük olması kriteri kullanılmıştır. Analiz sonucunda veriler 5 faktöre yüklenmiştir. Faktörler tarafından açıklanan toplam varyansın ise %59,25 olduğu gözlemlenmiştir. Bu da analiz sonucu oluşan faktörlerin verileri yeterince temsil ettiğini göstermektedir. Değişkenlerin faktörlere yüklenmeleri Tablo 4'te gösterilmiştir. Yorumlamada kolaylık olması amacıyla faktör yüklemeleri Varimax yöntemi ile döndürülmüş ve faktör yüklenmesi 0,40'ın altında olan faktör yüklenmeleri gösterilmemiştir. Faktörlere yüklenen soru gruplarının güvenilirliklerini ölçmek için her soru grubu üzerinde Cronbach's alfa katsayısı hesaplanmış ve sonuçlar Tablo 3'te gösterilmiştir. Soru gruplarının, daha sonraki analizlerde kullanılmak üzere ortalamaları alınmış ve yeni değişkenler oluşturulmuştur. Oluşturulan değişkenler Görüş (1), Hayvanların Refahı (2), Bilgilendirme (3), Sağlanan Kolaylıklar (4), Ulaşılabilirlik ve Fiyat (5), olarak adlandırılmıştır.

**Tablo 4:** Faktör Analizi

Faktörler					
Özellikler	1	2	3	4	5
Görüş kolaylığı				660	
Gözlem rotasının uygunluğu				,599	
Sergilenen hayvanlara ilişkin net açıklama				,634	
Ziyaretçi güvenliği				,695	
Çocuklara yönelik sergi				,714	
Türlerin çeşitliliği	,500				
Hayvanların doğal davranışları	,716				
Hayvanların refahı	,746				
Doğallaştırılmış muhafaza	,797				
Zenginleştirme aletleri (örneğin; hayvanların kas gücünün korumasına yönelik aletler)	,626				
Personelin güleryüzlülüğü			,724		
Profesyonel rehberler			,827		
İşaret sistemi (örneğin; yönlendirme levhaları)			,678		
Bilgi temini			,437		
Oturacak yerler ve dinlenme yerleri		,831			
Restoranın kalitesi		,855			
Tuvaletler		,702			
Peyzaj		,753			
Hayvanat bahçesine ulaşılabilirlik					637
Ziyaret ücreti					-,709
Güvenirlilik katsayısı (Cronbach's Alpha)	,701	,792	,724	,776	,596
Varyans Açıklama Oranı	20,960	14,049	12,217	,277	,753

**Çıkarım Yöntemi:** Temel Bileşenler Analizi. **Rotasyon Yöntemi:** Varimax



Şekil 1: Önem ve performans puanları arasındaki farklara yönelik bulgular

Şekil 1’de her boyutun önem ve performans puanları ortalamaları gösterilmiştir. Buna göre önem ve performans arasında en yüksek fark görüş boyutundadır. Bunu sırasıyla sağlanan kolaylıklar, hayvanların refahı, ulaşılabilirlik ve fiyat ile bilgilendirme izlemektedir. Bununla beraber genel itibari ile performans puanlarının önem puanlarının altında olduğu ancak sağlanan kolaylıklar boyutunun performans değerlerinin önem değerlerinden yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 5: Önem ve performans analizine yönelik bulgular

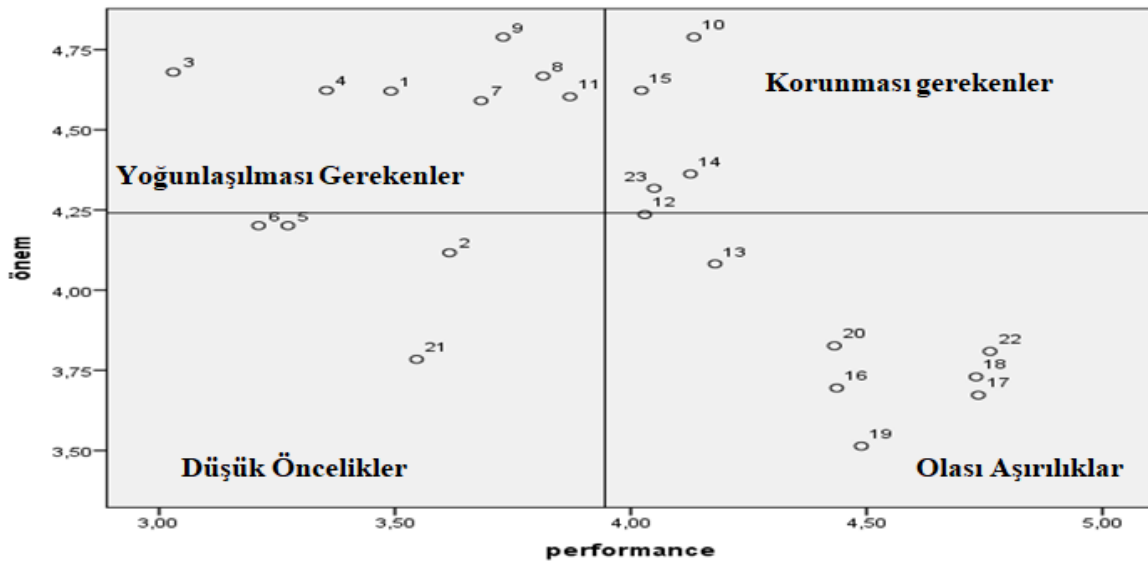
	Performans		Önem		Farklılık (P-Ö)	t	p
	$\bar{x}$	S.S.	$\bar{x}$	S.S.			
1. Görüş kolaylığı	3,49	,57	4,62	1,08	-1,12	-18,688	,000
2. Gözlem rotasının uygunluğu	3,61	,98	4,11	1,08	-,50	-6,775	,000
3. Sergilenen hayvanlara ilişkin net açıklama	3,02	,46	4,67	1,05	-1,65	-29,653	,000
4. Ziyaretçi güvenliği	3,35	,48	4,62	,94	-1,26	-23,717	,000
5. Çocuklara yönelik sergi	3,27	1,08	4,20	1,05	-,92	-12,600	,000
6. Türlerin çeşitliliği	3,21	1,08	4,20	1,04	-,99	-13,653	,000
7. Hayvanların doğal davranışları	3,68	,58	4,59	1,22	-,90	-13,059	,000
8. Hayvanların refahı	3,81	,57	4,66	1,11	-,85	-13,290	,000
9. Doğallaştırılmış muhafaza	3,72	,40	4,78	1,20	-1,05	-16,824	,000
10. Zenginleştirme aletleri	3,87	,48	4,60	1,07	-,73	-12,373	,000
11. Personelin güler yüzü	4,02	,67	4,23	1,05	-,20	-3,313	,001
12. Profesyonel rehberler	4,17	,74	4,08	1,02	,09	1,508	,132
13. İşaret sistemi (ör; yönlendirme levhaları)	4,12	,57	4,36	,95	-,23	-4,411	,000
14. Bilgi temini	4,02	,80	4,62	1,11	-,60	-9,305	,000
15. Oturacak yerler ve dinlenme yerleri	4,73	,89	3,67	,46	1,06	20,419	,000
16. Restoranın kalitesi	4,73	,90	3,72	,44	1,00	19,391	,000
17. Tuvaletler	4,48	,84	3,51	,69	,97	18,803	,000
18. Peyzaj	4,43	,89	3,82	,49	,60	12,563	,000
19. Hayvanat bahçesine ulaşılabilirlik	3,54	,87	3,78	1,53	-,23	-2,524	,012
20. Ziyaret ücreti	4,04	,81	4,31	,83	-,26	-4,490	,000

Tablo 5’te performans ortalamalarının 4,73 ile 3,02 arasında değiştiği görülmektedir. Buna göre en iyi performans sergilenen özelliklerin, oturacak yerler ve dinlenme yerleri ile restoranın kalitesi olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla tuvaletler ile peyzaj izlemektedir. Bununla beraber sergilenen hayvanlara ilişkin net açıklama, türlerin çeşitliliği ve çocuklara yönelik sergi özellikleri diğer özelliklere kıyasla daha düşük bir performans göstermektedir.

Diğer taraftan önem puanı ortalamalarının 4,78 ile 3,51 arasında değişmektedir. Buna göre ziyaretçiler tarafından en fazla önem verilen özellik, doğallaştırılmış muhafaza alanlarıdır. Bunu sırasıyla; sergilenen hayvanlara ilişkin net açıklama, hayvanların refahı, ziyaretçi güvenliği ve görüş kolaylığı izlemektedir. Bununla birlikte tuvaletler, oturacak yerler ve dinlenme yerleri diğer özelliklere kıyasla daha az önem içermektedir.

Tablo 5'te her özellik için önem ve performans ortalamaları arasındaki farkların anlamlılığı test edilmiş ve analiz için eşleştirilmiş örneklem t testi kullanılmıştır. Profesyonel rehberler dışında geriye kalan 19 özelliğe performans puanlarının önem puanlarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Dolayısıyla  $H_1$  kabul edilmiştir. Bu durum hayvanat bahçeleri tarafından sağlanan özelliklerin çoğunun, hayvanat bahçesi ziyaretçilerinin öngördüğü önemle uyumlu olmadığı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, hayvanat bahçesi ziyaretçilerinin hayvanat bahçesindeki genel tecrübelerinden memnun olmadığını söylemek mümkündür.

Her özellik için önem ve performans puanları elde ettikten sonra, önem performans analizi matrisi çizilmiş ve Şekil 2'de gösterilmiştir. Matris, tüm önem maddelerinin ortalamasından ( $\bar{x} = 4,24$ ) ve tüm performans öğelerinin ortalamasından ( $\bar{x} = 3,94$ ) türetilmiş iki eksen çizilerek dört alana ayrılmıştır.



Şekil 2: Önem ve Performans Analizi Matrisi

Birinci hücre (Yoğunlaşılması Gerekenler), yüksek öneme sahip ancak düşük performans gösteren öğeleri temsil eder ve bu nedenle bu hücredeki özellikler yönetim açısından sorunlu kabul edilir. Bu çalışmadaki bu hücrede yer alan yedi özellik "Görüş kolaylığı", "Sergilenen hayvanlara ilişkin net açıklama", "Ziyaretçi güvenliği", "Hayvanların doğal davranışları", "Hayvanların refahı", "Doğallaştırılmış muhafaza" ve "Zenginleştirme aletleri" dir.

İkinci hücre (Korunması Gerekenler), bu özellikler ziyaretçiler için çok önemli ve aynı zamanda yüksek performans gösteren öğeleri temsil eder. Bu hücrede yer alan beş özellik "Doğallaştırılmış muhafaza", "İşaret sistemi (örneğin; yönlendirme levhaları)", "Bilgi temini" ve "Ziyaret ücreti" dir. Bununla beraber "Personelin güler yüzü", matristeki konumu itibarıyla olası aşırılikler ve korunması gereken hücrelerinin kesiştiği noktada tespit edilmiştir. Bu sebeple her iki alan açısından da bu ürün seviyesinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Tüm bu nitelikler "Korunması Gerekenler" hücrelerinde yer alıyor olsa da, performans puanlarının çok yüksek olmadığı görülmüştür.

Üçüncü hücre (Düşük Öncelikler) bu özellikler ziyaretçiler için önemli görülmemekte ve aynı zamanda düşük performansı gösteren öğeleri temsil eder. Bu hücrede yer alan dört özellik “Gözlem rotasının uygunluğu”, “Çocuklara yönelik sergi”, “Türlerin çeşitliliği” ve “Hayvanat bahçesine ulaşılabilirlik” tir.

Dördüncü hücre (Olası Aşırılıklar) düşük öneme sahip ancak yüksek performans gösteren öğeleri temsil eder. Bu çalışmadaki bu hücrede yer alan sekiz özellik “Personelin güler yüzlülüğü”, “Profesyonel rehberler”, “Eğitim programları”, “Oturacak yerler ve dinlenme yerleri”, “Restoranın kalitesi”, “Tuvaletler”, “Peyzaj” ve “Hayvanat bahçesi boyutudur.

**Tablo 6:** Önem ve performans puanlarının cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	Cinsiyet	N	Ortalama	t	s.d.	p
<b>Önem Görüş</b>	<b>Erkek</b>	<b>173</b>	<b>4,3353</b>	<b>-3,155</b>	<b>401</b>	<b>,002</b>
	<b>Kadın</b>	<b>230</b>	<b>4,5330</b>			
Önem Hayvanların Refahı	Erkek	173	4,5168	-1,932	401	,054
	Kadın	230	4,6104			
Önem Bilgilendirme	Erkek	173	4,2861	-1,517	401	,130
	Kadın	230	4,3554			
Önem Sağlanan Kolaylıklar	Erkek	173	3,7110	,890	401	,374
	Kadın	230	3,6663			
Önem Ulaşılabilirlik ve Fiyat	Erkek	173	4,0838	,937	401	,349
	Kadın	230	4,0261			
Performans Görüş	Erkek	173	3,3075	-1,119	401	,264
	Kadın	230	3,3870			
Performans Hayvanların Refahı	Erkek	173	3,5942	-1,399	401	,162
	Kadın	230	3,7122			
Performans Bilgilendirme	Erkek	173	4,0665	-,518	401	,605
	Kadın	230	4,1065			
Performans Sağlanan Kolaylıklar	Erkek	173	4,5607	-1,542	401	,124
	Kadın	230	4,6250			
Performans Ulaşılabilirlik ve Fiyat	Erkek	173	3,7746	-,526	401	,599
	Kadın	230	3,8152			

Önem ve performans puanlarının cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak amacıyla t testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 6’da gösterilmiştir. Buna göre önem puanları cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir. Ortalamalardan anlaşılacağı üzere kadınlar görüşe erkeklerden daha fazla önem vermektedir. Diğer taraftan performans puanlarının cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermediği görülmüştür. Dolayısıyla H<sub>2</sub> hipotezi kabul, H<sub>3</sub> hipotezi ise reddedilmiştir.

**Tablo 7:** Önem ve performans puanlarının yaş değişkenine göre karşılaştırılması

ANOVA						
Bağımlı Değişkenler	Varyansın kaynağı	Kareler toplamı	s.d.	Kareler ortalaması	F	
<b>Önem Görüş</b>	<b>Gruplar arası</b>	<b>6,165</b>	<b>4</b>	<b>1,541</b>	<b>4,256</b>	<b>,002</b>
	<b>Gruplar içi</b>	<b>144,141</b>	<b>98</b>	<b>,362</b>		
Önem Hayvanların Refahı	Gruplar arası	1,720	4	,430	1,855	,118
	Gruplar içi	92,243	398	,232		
Önem Bilgilendirme	Gruplar arası	1,301	4	,325	1,583	,178
	Gruplar içi	81,766	398	,205		
Önem Sağlanan Kolaylıklar	Gruplar arası	1,768	4	,442	1,790	,130
	Gruplar içi	98,305	398	,247		
<b>Önem Ulaşılabilirlik ve Fiyat</b>	<b>Gruplar arası</b>	<b>4,121</b>	<b>4</b>	<b>1,030</b>	<b>2,797</b>	<b>,026</b>
	<b>Gruplar içi</b>	<b>146,587</b>	<b>398</b>	<b>,368</b>		
Performans Görüş	Gruplar arası	,133	4	,033	,066	,992
	Gruplar içi	200,211	398	,503		
Performans Hayvanların	Gruplar arası	3,863	4	,966	1,379	,241



Refahı	Gruplar içi	278,771	398	,700		
Performans Bilgilendirme	Gruplar arası	4,468	4	1,117	1,912	,108
	Gruplar içi	232,566	398	,584		
Performans Sağlanan Kolaylıklar	Gruplar arası	,883	4	,221	1,285	,275
	Gruplar içi	68,357	398	,172		
Performans Ulaşılabilirlik ve Fiyat	Gruplar arası	2,048	4	,512	,870	,482
	Gruplar içi	234,220	398	,588		

Önem ve performans puanlarının yaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak amacıyla ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA testinin önemli varsayımlarından birisi olan varyansların homojenliği şartının sağlandığı görülmüş ve sonuçlar Tablo 7’de gösterilmiştir. Buna göre önem puanları yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir. Diğer taraftan performans puanlarının yaş değişkenine göre farklılık göstermediği görülmüştür. Dolayısıyla  $H_4$  hipotezi kabul,  $H_5$  hipotezi ise reddedilmiştir.

**Tablo 8:** Tukey Testi

	Yaş(1)	Yaş (2)	Ort. Fark	Std. Hata	p
Önem Görüş	35-44	45-54	-,31*	,09	010
	45-54	55-64	,41*	,10	001
Önem Ulaşılabilirlik ve Fiyat	25-34	55-64	,31*	,097	011

Hangi yaş grubu arasında bu farklılığın olduğunu anlamak için posthoc analiz olarak Tukey testleri yapılmıştır. Test sonuçları Tablo 8’de gösterilmiştir. Yer kısıtları yüzünden tabloda sadece anlamlı olan farklılıklar gösterilmiştir. Tablodan görüleceği üzere görüş açısından 45-54 yaş gurubu görüşe daha fazla önem vermektedir. Bununla beraber 25-34 yaş grubunun ulaşılabilirlik ve fiyata daha fazla önem verdiği görülmektedir.

### Sonuç

Hayvanat bahçeleri tehlikede olan türlerin korunmasını sağlamakla beraber toplumun bilinçlenmesine de katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte hayvanat bahçeleri her yıl çok fazla sayıda ziyaretçi çekmektedir. Bu durumun ekonomi üzerinde etkileri düşünüldüğünde hayvanat bahçesi ziyaretçileri üzerinde araştırma yapılmasının önemi kolayca görülecektir. Ancak özellikle Türkiye’de hayvanat bahçesi ziyaretçileri üzerinde çalışmalar yapılmadığı görülmektedir. Bu açığı gidermeye katkıda bulunmak üzere yapılan bu çalışmada Gaziantep hayvanat bahçesi özellikleri önem-performans analiziyle değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar aşağıda ele alınmıştır.

Hayvanat bahçesi özelliklerinin önem ve performans puanlarının farklılık gösterdiği görülmüştür (Bkz. Tablo 5). Dolayısıyla  $H_1$  hipotezi kabul edilmiştir. Bununla beraber önem ve performans arasındaki en yüksek fark görüş boyutundadır. Dolayısıyla ziyaretçilerin en fazla görüşe yönelik eleştiride bulduklarını söylemek mümkündür. Bunu sırasıyla sağlanan kolaylıklar, hayvanların refahı, ulaşılabilirlik ve fiyat ile bilgilendirme izlemektedir. Araştırma sonuçlarında dikkat çeken diğer bir bulgu ise genel itibari ile performans puanlarının önem puanlarının altında olduğu, ancak sağlanan kolaylıklar boyutunun performans değerlerinin önem değerlerinden yüksek olduğudur.

Ziyaretçiler tarafından belirlenen en önemli özellik doğallaştırılmış muhafaza alanlarıdır. Buradan hareketle ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamında muhafaza edilmelerini istedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan tuvaletler, oturacak yerler ve dinlenme yerleri diğer özelliklere kıyasla daha az önem içerdiği görülmüştür. Dolayısıyla ziyaretçilerin kendi refahından daha ziyade hayvanların refahına önem verdikleri sonucuna varılabilir.

ÖPA matrisinde, “Görüş kolaylığı, sergilenen hayvanlara ilişkin net açıklama, ziyaretçi güvenliği, hayvanların doğal davranışları, hayvanların refahı, doğallaştırılmış

muhafaza ve zenginleştirme aletleri” yüksek öneme sahip ancak düşük performans gösteren özelliklerdir. Bu nedenle bu alana kaynak aktarılması, ziyaretçi memnuniyetini artırma bağlamında önem arz etmektedir.

ÖPA matrisinde “Doğallaştırılmış muhafaza, işaret sistemi (örneğin; yönlendirme levhaları), bilgi temini ve ziyaret ücreti” ziyaretçiler için çok önemli ve aynı zamanda yüksek performans gösteren özelliklerdir. Bu nedenle bu özelliklerin performansı daha fazla geliştirilemiyorsa bile mevcut hali ile korunmalıdır.

ÖPA matrisinde “Gözlem rotasının uygunluğu, çocuklara yönelik sergi, türlerin çeşitliliği ve hayvanat bahçesine ulaşılabilirlik” ziyaretçiler için önemli görülmemekte ve aynı zamanda düşük performansı gösteren özelliklerdir. Sonuç olarak bu dört özellik için yeni kaynakların aktarılmasına gerek olmadığı söylenebilir.

ÖPA matrisinde “Personelin güler yüzlülüğü, profesyonel rehberler, eğitim programları, oturacak yerler ve dinlenme yerleri, restoranın kalitesi, tuvaletler, peyzaj” ve hayvanat bahçesi boyutu” düşük öneme sahip ancak yüksek performans gösteren özelliklerdir. Başka bir ifade ile bu özelliklerin noksanlığı önemli bir eksiklik ortaya çıkarmayacak iken, bu özelliklere yatırım yapılmıştır.

Araştırmada önem puanlarının cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 6). Buna göre kadınlar görüşe erkeklerden daha fazla önem vermektedir. Diğer taraftan performans puanlarının cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermemesi ise araştırmada dikkat çeken diğer bir sonuçtur. Bununla beraber önem ve performans puanlarının yaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine bakıldığında önem puanlarının yaş değişkenine göre farklılık gösterdiği ancak performans puanlarının yaş değişkenine göre farklılık göstermediği görülmüştür (Bkz. Tablo 7). Buna göre görüş açısından 45-54 yaş grubunun görüşe daha fazla önem vermekte olduğu ancak 25-34 yaş grubunun ulaşılabilirlik ve fiyata daha fazla önem verdiği görülmektedir.

Sonuç itibarı ile araştırmada elde edilen bu bulgular önemli konulara işaret etmekte olup, hayvanat bahçesi yöneticilerinin alacakları kararlarda yol gösterici olabilir. Çalışmanın Türkiye’deki diğer hayvanat bahçelerinde de gerçekleştirilmesi, konunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Bu araştırmanın en önemli kısıtlarından birisi kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 403 ziyaretçi üzerinde gerçekleştirilmiş olmasıdır. Dolayısıyla, gelecekte daha büyük bir örneklem kullanılarak çalışmanın tekrarlanması yararlı olacaktır.

### Kaynakça

- Albayrak, A. (2014). Hava Limanı Restoranlarında Hizmet Kalitesinin Önem Performans. İşletme Araştırmaları Dergisi, 6(3), 157-178.
- Albayrak, T., & Caber, M. (2011). Önem-performans analizi: destinasyon yönetimine dair bir örnek. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 11(4), 627,638.
- Can, E. (2015). Boş zaman, rekreasyon ve etkinlik turizmi ilişkisi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 1-17.
- Cengiz, F., & Kantarcı, K. (2013). Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Önem-Performans Analizi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(2).29-35.
- Carr, N. (2016). An analysis of zoo visitors' favourite and least favourite animals. *Tourism Management Perspectives*, 20, 70-76.
- Davey, G. (2007). Visitors' effects on the welfare of animals in the zoo: A review. *Journal of Applied Animal Welfare Science*, 10(2), 169-183.
- Falk, J. H., Reinhard, E. M., Vernon, C., Bronnenkant, K., Heimlich, J. E., & Deans, N. L. (2007). *Why zoos & aquariums matter: Assessing the impact of a visit to a zoo or aquarium* (p. 24). Silver Spring, MD: Association of Zoos & Aquariums.

- Fernandez, E. J., Tamborski, M. A., Pickens, S. R., & Timberlake, W. (2009). Animal– visitor interactions in the modern zoo: Conflicts and interventions. *Applied Animal Behaviour Science*, *120*(1), 1-8.
- Finlay, T., James, L. R., & Maple, T. L. (1988). People's perceptions of animals the influence of zoo environment. *Environment and behavior*, *20*(4), 508-528.
- Fraser, J., & Sickler, J. (2009). *Why Zoos and Aquariums Matter Handbook: Handbook of Research, Key Findings and Results from National Audience Survey*. Association of Zoos and Aquariums.
- Hosey, G. (2008). A preliminary model of human–animal relationships in the zoo. *Applied Animal Behaviour Science*, *109*(2), 105-127.
- <http://www.gaziantepzoo.org/hakkimizda.html> (Erişim tarihi: 06.02.2017).
- Karanikola, P., Tampakis, S., Tsantopoulos, G., and Digbasani, C. (2014). The public zoo as recreation and environmental education area: Visitor's perceptions and management implications. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, *10*, 81-91.
- Lee, H. S. (2015). Measurement of visitors' satisfaction with public zoos in Korea using importance-performance analysis. *Tourism Management*, *47*, 251-260.
- Luebke, J. F., & Matiasek, J. (2013). An exploratory study of zoo visitors' exhibit experiences and reactions. *Zoo biology*, *32*(4), 407-416.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *The Journal of Marketing*, *41*(1), 77-79.
- Morgan, J. M., & Hodgkinson, M. (1999). The motivation and social orientation of visitors attending a contemporary zoological park. *Environment and behavior*, *31*(2), 227-239.
- Musa, G., Mohammad, I., Thirumoorthi, T., Moghavvemi, S., and Kasim, A. (2015). Exploring visitors' experience using strategic experiential modules (SEMs): the case of Zoo Negara, Kuala Lumpur. *International Journal of Tourism Cities*, *1*(3), 234-253.
- Packer, J., Ballantyne, R., & Hughes, K. (2014). Chinese and Australian tourists' attitudes to nature, animals and environmental issues: Implications for the design of nature-based tourism experiences. *Tourism Management*, *44*, 101-107.
- Puan, C. L., & Zakaria, M. (2007). Perception of visitors towards the role of zoos: a Malaysian perspective. *International Zoo Yearbook*, *41*(1), 226-232.
- Reade, L. S., & Waran, N. K. (1996). The modern zoo: How do people perceive zoo animals?. *Applied Animal Behaviour Science*, *47*(1-2), 109-118.
- Ryan, C., & Saward, J. (2004). The zoo as ecotourism attraction–visitor reactions, perceptions and management implications: The case of Hamilton Zoo, New Zealand. *Journal of sustainable Tourism*, *12*(3), 245-266.
- Shettel-Neuber, J. (1988). Second and Third-Generation Zoo Exhibits: A Comparison of Visitor, Staff, and Animal Responses. *Environment and Behavior*, *20*(4), 452-473.
- Swanagan, J. S. (2000). Factors influencing zoo visitors' conservation attitudes and behavior. *The Journal of Environmental Education*, *31*(4), 26-31.
- Tekin, Ö. A., Kalkan, G., & Duman, H. (2014). Hizmet kalitesinin önem-performans analizi ile ölçülmesi: üniversite sosyal tesislerinin konaklama üniteleri üzerinde bir uygulama. *Journal of International Social Research*, *7*(31), 751-770.
- Turley, S. K. (1999). Exploring the future of the traditional UK zoo. *Journal of vacation marketing*, *5*(4), 340-355.
- Yılmaz, S., & Özbilen, A. (2011). Hayvanat bahçeleri tasarım ilkeleri ve tipolojileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, *12*, 47-56.